


ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Актуализировано:
на заседании кафедры
протокол №9 от «15» июня 2021г.

Согласовано:
Председатель УМК факультета /института

Зав. кафедрой  /_Иткулова Л.А.

 /Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина Коммуникационный менеджмент

Часть, формируемая участниками образовательных отношений


программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Коммуникационный менеджмент

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель)
доцент, к.филос.н.
(должность, ученая степень, ученое звание)

 / Гарипова Г.Р. _____
(подпись, Фамилия И.О.)

Для приема: 2020г.

Уфа 2021г.

Составитель: Гарипова Галия Ризвановна

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол от «20» июня 2019 г. № 13

Зав. кафедрой  /_Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, актуализированы на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол от «5» июня 2020 г. № 7

Зав. кафедрой  /_Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол от «15» июня 2021 г. № 9

Зав. кафедрой  /_Иткулова Л.А.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций 4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы 6
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся) 7
4. Фонд оценочных средств по дисциплине 7
 - 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине. 7
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине. 16
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 24
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 25
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы. 26
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения:

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Умеет использовать технологии медиарилейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ
	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	Владеть навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде
	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Умеет использовать технологии организации специальных мероприятий
	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Владеет инструментами организации внутренних корпоративных коммуникаций
	ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Владеет навыками создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов при реализации коммуникационного продукта

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения по дисциплине
--	--	-----------------------------------

	компетенции	
ПК-4. Способен осуществлять планирование и управление проектами в коммуникационной сфере	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками составления программ проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Умеет готовить документационную составляющую проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Владеет навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-5. 1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Уметь применять навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта
	ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Владеть навыками тактического планирования коммуникационных мероприятий
	ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Владеет навыками инструментами формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Коммуникационный менеджмент – это научное управление потоками информационного взаимодействия людей, их групп, общественных и политических формирований с целью решения стратегических и тактических задач в развитии общественных отношений. Целью курса является – ознакомить обучающихся с совокупностью накопленных в мировой практике принципов, методов, средств и форм влияния на содержание потоков информационного воздействия людей, их групп, общественно политических и управленческих образований.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

2. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотношенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и формулировка компетенции: ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарелейшенз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Умеет использовать технологии медиарелейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ	1. Не сформированы умения использовать технологии медиарелейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ	1. Сформированы начальные умения использовать технологии медиарелейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении использовать технологии медиарелейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ	Сформированы на высоком уровне умения использовать технологии медиарелейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ

					программ
ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	Владеть навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде	1.Отсутствуют навыки копирайтинга в онлайн и офлайн среде	1.Сформированы простейшие навыки копирайтинга в онлайн и офлайн среде	1.Сформированы на базовом уровне навыки копирайтинга в онлайн и офлайн среде	1.Сформированы на высоком уровне навыки копирайтинга в онлайн и офлайн среде
ПК-1.3. Применяет основные технологии организации и специальных мероприятий в работе с различным и целевыми группами	Умеет использовать технологии организации специальных мероприятий	1.Отсутствуют навыки использования технологий организации специальных мероприятий	1.Сформированы простейшие навыки использования технологий организации специальных мероприятий	1.Сформированы на базовом уровне навыки использования технологий организации специальных мероприятий	1.Сформированы на высоком уровне навыки использования технологий организации специальных мероприятий
ПК-1.4. Участствует в формировании корпоративной культуры организации и с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Владеет инструментами и организации внутренних корпоративных коммуникаций	Не владеет инструментами и организации внутренних корпоративных коммуникаций	Сформированы простейшие навыки использования инструментов организации внутренних корпоративных коммуникаций	Сформированы на базовом уровне навыки использования инструментов организации внутренних корпоративных коммуникаций	Систематически применяет на практике навыки использования инструментов организации внутренних корпоративных коммуникаций

ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Владеет навыками создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов при реализации коммуникационного продукта	Не владеет навыками создания цифровых коммуникаций	Владеет простейшими навыками создания цифровых коммуникаций, не применяет их на практике	Сформированы на базовом уровне навыки создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов при реализации коммуникационного продукта	Сформированы на высоком уровне создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов при реализации коммуникационного продукта
---	--	--	--	---	--

Код и формулировка компетенции: ПК-4. Способен осуществлять планирование и управление проектами в коммуникационной сфере

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками составления программ проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	2. Не сформированы умения составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	2. Сформированы начальные умения составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Сформированы на высоком уровне умения составлять программы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

					с общественностью
ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Умеет готовить документацию составляющую проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Отсутствуют навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Сформированы простейшие навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Сформированы на базовом уровне навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Сформированы на высоком уровне навыки подготовки документации для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Владеет навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Отсутствуют навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Сформированы простейшие навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Сформированы на базовом уровне навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Сформированы на высоком уровне навыки проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании

Код и формулировка компетенции: ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)

и					
ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Уметь применять навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Не сформированы навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Сформированы начальные навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в навыках менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Сформированы на высоком уровне навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Владеть навыками тактического планирования коммуникационных мероприятий	Отсутствуют навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий	Сформированы простейшие навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий	Сформированы на базовом уровне навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий	Сформированы на высоком уровне навыки тактического планирования коммуникационных мероприятий
ПК-5.3. Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры	Владеет инструментами формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Отсутствуют навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Сформированы простейшие навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Сформированы на базовом уровне навыки использования инструментов формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Сформированы на высоком уровне навыки использования инструментов формирования корпоративной культуры

идентичности и корпоративной культуры				ной идентичности и корпоративной культуры	корпоративной идентичности и корпоративной культуры
---------------------------------------	--	--	--	---	---

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Умеет использовать технологии медиарилейшенз и медиапланирования при реализации коммуникационных программ	Реферат, опрос во время проведения практических занятий
ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	Владеть навыками копирайтинга в онлайн и офлайн среде	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий
ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Умеет использовать технологии организации специальных мероприятий	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий
ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Владеет инструментами организации внутренних корпоративных коммуникаций	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий

ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Владеет навыками создания цифровых коммуникаций, использует технические средства создания и подготовки текстов при реализации коммуникационного продукта	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий
ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками составления программ проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий
ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Умеет готовить документационную составляющую проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий
ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Владеет навыками проведения исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий
ПК-5. 1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Уметь применять навыки менеджера при работе в отделе по связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий

ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Владеть навыками тактического планирования коммуникационных мероприятий	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий
ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Владеет инструментами формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Тестирование, опрос во время проведения практических занятий

Критериями оценивания при модульно-рейтинговой системе являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

Для экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

а. Рейтинг-план дисциплины

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Коммуникационный менеджмент: основные методы и инструменты				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	1	5	0	10
3. Выступление по вопросам к семинарским занятиям	2	5	0	10
Рубежный контроль				
1. Тестирование		1	0	15
Модуль 2. Коммуникационный менеджмент в бизнесе и организации				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	1	5	0	10
3. Выступление по вопросам к семинарским занятиям	2	5	0	10
Рубежный контроль				
1. Тестирование		1	0	15
Поощрительные баллы				

1. Студенческая олимпиада			0	5
2. Публикация статей			0	5
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль				
1. Экзамен				30

Методика оценивания для экзамена по дисциплине:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при дополнительных вопросах, использует в ответе материал используемой рекомендуемой литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на дополнительные вопросы.

Примерные вопросы для экзамена:

Примерные вопросы для экзамена:

1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения
2. Потoki информационного взаимодействия
3. Принципы и этические нормы коммуникационного менеджмента
4. Социальная сфера коммуникационного процесса
5. Коммуникационный менеджмент как процесс
6. Объекты и субъекты коммуникаций
7. Виды и средства коммуникационного процесса
8. Методы коммуникационного менеджмента
9. Имидж компании – единица коммуникации
10. Специалисты, обеспечивающие коммуникационный процесс
11. Особенности управления информационными потоками внутри фирмы
12. Информационно - психологические каналы связей с персоналом
13. Роль коммуникаций в формировании корпоративной культуры
14. Коммуникационный процесс во внешней сфере организации
15. Управление коммуникациями в период избирательных кампаний (политический менеджмент)
16. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности
17. Менеджмент Интернета и компьютерных сетей

18. Управление инвестиционными связями
19. Цели задачи коммуникационного менеджмента как учебной дисциплины.
20. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе.
21. Правовые основы коммуникационного менеджмента.
22. Нравственные нормы межличностных коммуникаций.
23. Этикет коммуникаций: история, теория, практика.
24. Формы и методы управления коммуникационным процессом.
25. Критерии эффективности в управлении коммуникациями.
26. Деятельность менеджера по управлению информационными потоками.
27. Задачи менеджера по коммуникационному обеспечению деятельности фирмы.
28. Управления коммуникациями в кризисном периоде.
29. Управления коммуникациями в период избирательных кампаний.
30. Современные информационные войны: возможности управления.
31. Психологические войны: цели, участники, «полководцы», последствия.
32. Политический менеджмент: история, современные технологии.
33. Стратегии и тактики в управлении избирательными кампаниями.
34. Технологии управления коммуникациями с поставщиками, клиентами, кредиторами, инвесторами.
35. Коммуникации и СМИ: проблемы управления и взаимодействия.
36. Асимметричность информационных потоков: причины, возможности управленческого воздействия.
37. Особенности управления коммуникациями в период деловых переговоров.
38. Влияние слухов и мифов на процесс управления коммуникациями.
39. Технологии скрытого управления общественным мнением.
40. Манипуляция общественным мнением как одна из задач коммуникатора.
41. Убеждение и манипулирование как стратегические задачи коммуникационного менеджмента: история, теория, практика.

Структура экзаменационного билета:

Образец экзаменационного билета:

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Башкирский государственный университет»

Факультет философии и социологии

Кафедра Этики, культурологии и связей с общественностью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №3
по дисциплине Коммуникационный менеджмент
Направление - 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Профиль - коммуникационный менеджмент

1. Принципы и этические нормы коммуникационного менеджмента
2. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и

зарубежной литературе.

3. Технологии управления коммуникациями с поставщиками, клиентами, кредиторами, инвесторами.

Утверждено на заседании кафедры протокол №__от «__» _____ г.

Зав.кафедрой _____ Иткулова Л.А.

- Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:
- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
 - хорошо – от 60 до 79 баллов;
 - удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
 - неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Примерные критерии оценивания ответа на экзамене :

Критерии оценки (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Вопросы для семинаров

Модуль 1. Коммуникационный менеджмент: основные методы и инструменты

Тема 1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения

1. Понятие «коммуникация» и «коммуникации». Предмет и объект теории коммуникации.
2. Классификация коммуникации. Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом.

3. Коммуникационный менеджмент и коммуникационная политика.

Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента.

1. Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента.
2. Прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента.

Тема 3. Организационные отношения в коммуникационном менеджменте.

1. Модели коммуникаций: действие, взаимодействие, процесс. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. Обратная связь в коммуникации.
2. Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Виды, формы и стили коммуникатора. Коммуникативное пространство.

Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента.

1. Коммуникационная структура организации. Анализ коммуникационной ситуации.
2. Формы и методы организационных коммуникаций: устная, письменная, электронная и их особенности.

Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации.

1. Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления.
2. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т. п.
3. Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.

Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.

1. Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности.
2. Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации.
3. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников.
4. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.

Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни.

1. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях.
2. Управление политическим и социальным маркетингом.
3. Коммуникационный менеджмент в сфере образования и в учреждениях культуры

Тема 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления.

1. Этнопсихологические, личностные, физические, семантические типы коммуникационных барьеров.

2. Социальные, психологические, этнические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.

Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение.

1. Коммуникационные действия и их виды, уровни и формы.
2. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория.
3. Игры и псевдоигры. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.

Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента.

1. Повышение профессионализма в коммуникационном менеджменте. Самоорганизация коммуникаций на основе единой системы ценностей как результат формирования, изучения и оптимизации коммуникативной структуры.
2. Разработка для каждой контактной аудитории своей гибкой коммуникационной стратегии. Классификация «жесткой» и «мягкой» организации управления коммуникативным пространством.

Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент

1. Самомотивация за счет осознания целей организации, понимания своей роли в достижении этих целей, направление своих усилий на выполнение обязанностей.
2. Самопознание и саморазвитие персонала как результат внешней и внутренней коммуникативной стратегии организации

Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации.

1. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Система международных коммуникаций организации. Интернет как новая коммуникативная среда.
2. PR-сопровождение участия организации в международных выставках, ярмарках. Особенности переговорного процесса.
3. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия.

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить, анализировать текущую социально-экономическую и политическую ситуации, выявлять существенные черты исторических процессов.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, правовыми актами и другими материалами; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Работа обучающихся по подготовке к занятию должна быть выполнена письменно, по желанию - в тезисной форме.

Занятия проходят в следующих основных формах: интерактива, решения задач,

социологии БашГУ <http://rpd.bashedu.ru/node/384> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru/>

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления / Т. Ю. Анопченко и др. — Ростов н/Д : Феникс, 2010. — 380 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью : Учебное пособие / А. Н. ЧУМИКОВ. — 2.изд., испр.и доп. — М. : Дело, 2001. — 296с. — (Наука управления). — Рекомендовано ученым советом факультета гос.управления МГУ. — Библиогр.: с. 292-295 <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2532+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>

Дополнительная литература:

3. Антипов К.В. Павлик Рилейшнз : учеб. пособ. — изд. 3-е. перераб. и доп. — М., 2002. — 148 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2532+default+2+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
4. Газизов М.А. Связи с общественностью местной власти: современные тенденции и проблемы развития (на примере Республики Башкортостан) : автореф. дис. . канд. полит. наук : 23.00.02 / М. А. Газизов ; БАГСУ при Президенте РБ; Казанский гос. ун-т им. В. И. Ульянова-Ленина; БашГУ; Ю. Н. Дорожкин. — Уфа : [Б. и.], 2010. — 25 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2532+default+2+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
5. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации :для бакалавров и специалистов : учеб. пособие / Д. П. Гавра. — Санкт-Петербург : Питер, 2011. — 288 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+13+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
6. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации : учеб. пособие / О. Л. Гнатюк. — 2-е изд., стер. — Москва : Кнорус, 2012. — 256 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+2+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
7. Курлов А.Б. Основы теории коммуникации. : учеб. пособие / А. Б. Курлов. — Уфа : РИО БашГУ, 2002. — 124 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+11+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
8. Паблик Рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса. / Под ред. Журавлева В.М.; Ассоциация авторов "Тандем". — М. : Экмос, 1999. — 352с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+5408+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
9. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент : Учеб.пособие / Г.В.Пушкарева;Моск.гос.ун-т,Фак-т госуд.управления. — М. : Дело, 2002. — 400с.
10. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник (Под ред. Синяевой И.М.). - Москва: Юнити, 2015. - 504с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119438

Литература для работы над курсовой работой:

1. Андреев Г.И., Смирнов С.А., Тихомиров В.А. Основы научной работы и оформление результатов научной деятельности: учебное пособие. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 272 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
2. Ануфриев А.Ф. Научное исследование. Курсовые, дипломные и диссертационные работы. — М.: Осъ-89, 2007. — 112 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+8+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>

3. Басаков М.И. От реферата до дипломной работы: рекомендации студентам по оформлению текста. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 62 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+5+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
4. Волков Ю.Г. Как написать диплом, курсовую, реферат: учебник для вузов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – 127 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
5. Кожухар В.М. Основы научных исследований: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2010. – 216 с. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+2432+default+6+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
6. **Кузнецов, И.Н.** Основы научных исследований. Учебное пособие для бакалавров [Электронный ресурс] / Кузнецов И. Н. — Москва: Дашков и К°, 2020 Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему «Университетская библиотека online» https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573392

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
 ЭБС издательства «Лань»;
 ЭБС «Электронный читальный зал».

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 319 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Лекции	Аудитория № 319 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.
<i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 319 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Практические занятия	Аудитория № 319 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.
<i>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</i> аудитория № 319	Индивидуальные и групповые консультации,	Аудитория № 319 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U, экран настенный.

<p>(помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4). аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	<p>промежуточная аттестация.</p>	<p>Аудитория 419 Лаборатория ИТ</p> <p>Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Учебная мебель, шкафы, моноблоки Моноблок (15 штук). ПО:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г
<p>помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса 3/4).</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p>Читальный зал №5</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Коммуникационный менеджмент на 7 семестр
очной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	144/4
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	39,2
Лекций	18
практических/ семинарских	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	3,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	77,8
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	27

Форма контроля:

Экзамен 7 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕ М	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	<p>Модуль 1. Коммуникационный менеджмент: основные методы и инструменты</p> <p>Тема 1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения Понятие «коммуникации», «информация», «коммуникационный менеджмент», «социальный менеджмент коммуникаций» (СМК). Предмет и объект теории коммуникации. Классификация коммуникации. Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом. Коммуникационный менеджмент и менеджмент коммуникаций.</p>	2	2		7	1-2	1. Знакомство с рекомендуемой литературой; 2. Подготовка материала к докладу.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
2.	<p>Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента. Прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента.</p>	1	1		6	1-2, 3-10	1. Подготовка конспекта лекций; 2. Подбор материала курсовой работы.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
3.	<p>Тема 3. Организационные отношения в</p>	1	1		6	1-2, 3-10	1. Подготовка	Выступление

	коммуникационном менеджменте Модели коммуникаций: действие, взаимодействие, процесс. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. Обратная связь в коммуникации. Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Виды, формы и стили коммуникатора. Коммуникативное пространство.						конспекта лекций; 2. Подготовка к тестированию	по вопросам к семинарским занятиям
4.	Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента Коммуникационная структура организации. Анализ коммуникационной ситуации. Формы и методы организационных коммуникаций: устная, письменная, электронная и их особенности.	2	1		6	1-5, 6-11	1. Подготовка плана курсовой работы; 2. Конспектирование.	Выступление по вопросам семинарского занятия
5	Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т.п. Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.	2	1		6	1-2, 3-10	1. Подготовка конспекта лекций; 1. Подготовка к тестированию	Тестирование
6	Модуль 2. Коммуникационный менеджмент в бизнесе и организации	2	2		6	1-2,3-10	1. Подготовка конспекта лекций;	Выступление по вопросам к

	<p>Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.</p> <p>Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности. Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.</p>						2. Подбор материала для курсовой работы.	семинарским занятиям
7	<p>Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни.</p> <p>Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Управление политическим и социальным маркетингом.</p>	2	2		6	1-2, 3-10	1. Подготовка конспекта лекций; 2. Подготовка к тестированию	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	Коммуникационный менеджмент в сфере образования и в учреждениях культуры							
8	Тема 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления. Этнопсихологические, личностные, физические, семантические типы коммуникационных барьеров. Социальные, психологические, этнические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.	1	1		6	1-6	1. Конспектирование.	Тестирование
	Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение. Коммуникационные действия и их виды, уровни и формы. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория. Игры и псевдоигры. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.	2	2		6	3-10	1. Знакомство с рекомендуемой литературой; Подготовка материала к докладу.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
	Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента. Повышение профессионализма в коммуникационном менеджменте. Самоорганизация коммуникаций на основе единой системы ценностей как результат формирования, изучения и оптимизации коммуникативной структуры. Разработка для каждой контактной аудитории своей гибкой коммуникационной стратегии.	1	1		6	3-10	1. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к тестированию	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	Классификация «жесткой» и «мягкой» организации управления коммуникативным пространством.							
	Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент. Самомотивация за счет осознания целей организации, понимания своей роли в достижении этих целей, направление своих усилий на выполнение обязанностей. Самопознание и саморазвитие персонала как результат внешней и внутренней коммуникативной стратегии организации	1	1		6	3-10	1. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к докладу	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
	Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Система международных коммуникаций организации. Интернет как новая коммуникативная среда. PR-сопровождение участия организации в международных выставках, ярмарках. Особенности переговорного процесса. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия.	1	1		6	3-10	1. Подготовка конспекта лекций; Подготовка литературы к докладу	Выступление по вопросам к семинарским занятиям, тестирование
	Курсовая работа		2		4,8	Литература для работы над курсовой работой: 1-12	Курсовая работа представляет собой учебную, научно-методическую работу студента, выполняемую под	

						<p>руководством преподавателя по дисциплинам, входящим в базовую часть учебного плана.</p> <p>Цель курсовой работы – развитие навыков самостоятельной научной, научно-методической, аналитической работы студентов. Написание научно-исследовательской работы предполагает применение навыков творческой составляющей процесса исследования; овладение инструментами поисковой, информационно-аналитической работы; углубленное изучение определенной области, проблемы в рамках изучаемых дисциплин.</p>	
	ИТОГО:	18	18		77,8		

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Коммуникационный менеджмент на
4 курс 2 сессия заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	144/4
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	33,7
лекций	6
практических/ семинарских	6
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	3,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	120
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	9

Форма контроля:

Экзамен 4 курс 2 сессия

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	<p>Модуль 1. Коммуникационный менеджмент: основные методы и инструменты</p> <p>Тема 1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения Понятие «коммуникации», «информация», «коммуникационный менеджмент», «социальный менеджмент коммуникаций» (СМК). Предмет и объект теории коммуникации. Классификация коммуникации. Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом. Коммуникационный менеджмент и менеджмент коммуникаций.</p>	0,5	0,5		10	1-2	3. Знакомство с рекомендуемой литературой; 4. Подготовка материала к докладу.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
2.	<p>Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента. Прикладная и целевая направленность</p>	0,5	0,5		10	1-2, 3-10	3. Подготовка конспекта лекций; 4. Подбор материала курсовой работы.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	коммуникационного менеджмента.							
3.	Тема 3. Организационные отношения в коммуникационном менеджменте Модели коммуникаций: действие, взаимодействие, процесс. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. Обратная связь в коммуникации. Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Виды, формы и стили коммуникатора. Коммуникативное пространство.	0,5	0,5		10	1-2, 3-10	3. Подготовка конспекта лекций; 4. Подготовка к тестированию	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
4.	Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента Коммуникационная структура организации. Анализ коммуникационной ситуации. Формы и методы организационных коммуникаций: устная, письменная, электронная и их особенности.	0,5	0,5		10	1-5, 6-11	3. Подготовка плана курсовой работы; 4. Конспектирование.	Выступление по вопросам семинарского занятия
5	Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования,	0,5	0,5		10	1-2, 3-10	2. Подготовка конспекта лекций; 2. Подготовка к тестированию	Тестирование

	местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т.п. Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.							
6	<p>Модуль 2. Коммуникационный менеджмент в бизнесе и организации Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.</p> <p>Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности. Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных</p>	0,5	0,5		10	1-2,3-10	<p>3. Подготовка конспекта лекций;</p> <p>4. Подбор материала для курсовой работы.</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.							
7	<p>Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни.</p> <p>Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Управление политическим и социальным маркетингом. Коммуникационный менеджмент в сфере образования и в учреждениях культуры.</p>	0,5	0,5		10	1-2, 3-10	<p>3. Подготовка конспекта лекций;</p> <p>4. Подготовка к тестированию</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
8	<p>Тема 8. Коммуникативные барьеры в сфере управления и способы их преодоления.</p> <p>Этнопсихологические, личностные, физические, семантические типы коммуникационных барьеров. Социальные, психологические, этнические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.</p>	0,5	0,5		10	1-6	2. Конспектирование.	Тестирование

	<p>Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение. Коммуникационные действия и их виды, уровни и формы. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория. Игры и псевдоигры. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.</p>	0,5	0,5		10	3-10	<p>2. Знакомство рекомендуемой литературой; Подготовка материала к докладу.</p>	с	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
	<p>Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента. Повышение профессионализма в коммуникационном менеджменте. Самоорганизация коммуникаций на основе единой системы ценностей как результат формирования, изучения и оптимизации коммуникативной структуры. Разработка для каждой контактной аудитории своей гибкой коммуникационной стратегии. Классификация «жесткой» и «мягкой» организации управления коммуникативным пространством.</p>	0,5	0,5		10	3-10	<p>2. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к тестированию</p>		Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	<p>Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент. Самомотивация за счет осознания целей организации, понимания своей роли в достижении этих целей, направление своих усилий на выполнение обязанностей. Самопознание и саморазвитие персонала как результат внешней и внутренней коммуникативной стратегии организации</p>	0,5	0,5		10	3-10	2. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к докладу	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
	<p>Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Система международных коммуникаций организации. Интернет как новая коммуникативная среда. PR-сопровождение участия организации в международных выставках, ярмарках. Особенности переговорного процесса. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия.</p>	0,5	0,5		10	3-10	2. Подготовка конспекта лекций; Подготовка литературы к докладу	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
	ИТОГО:	6	6		120			

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Коммуникационный менеджмент на 8 семестр
очно-заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	144/4
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	37,2
Лекций	16
практических/ семинарских	16
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	3,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	74
Учебных часов на подготовку к экзамену (Контроль)	34,8

Форма контроля:

Экзамен 8 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕ М	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	<p>Модуль 1. Коммуникационный менеджмент: основные методы и инструменты</p> <p>Тема 1. Коммуникационный менеджмент как предмет изучения Понятие «коммуникации», «информация», «коммуникационный менеджмент», «социальный менеджмент коммуникаций» (СМК). Предмет и объект теории коммуникации. Классификация коммуникации. Место и роль деловой коммуникации в управлении персоналом. Коммуникационный менеджмент и менеджмент коммуникаций.</p>	1	1		1	1-2	5. Знакомство с рекомендуемой литературой; 6. Подготовка материала к докладу.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
2.	<p>Тема 2. Позиционное представление коммуникационного менеджмента Гуманитарный смысл коммуникационного менеджмента. Прикладная и целевая направленность коммуникационного менеджмента.</p>	1	1		6	1-2, 3-10	5. Подготовка конспекта лекций; 6. Подбор материала курсовой работы.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
3.	<p>Тема 3. Организационные отношения в коммуникационном менеджменте Модели коммуникаций: действие,</p>	1	1		6	1-2, 3-10	5. Подготовка конспекта лекций; 6. Подготовка к	Выступление по вопросам к семинарским

	взаимодействие, процесс. Основные этапы коммуникационного процесса в организации. Обратная связь в коммуникации. Коммуникатор: индивидуальный и институциональный аспекты деятельности. Виды, формы и стили коммуникатора. Коммуникативное пространство.						тестированию	занятиям
4.	Тема 4. Технологии коммуникационного менеджмента Коммуникационная структура организации. Анализ коммуникационной ситуации. Формы и методы организационных коммуникаций: устная, письменная, электронная и их особенности.	1	1		6	1-5, 6-11	5. Подготовка плана курсовой работы; 6. Конспектирование.	Выступление по вопросам семинарского занятия
5	Тема 5. Коммуникационный менеджмент и внешняя среда организации Коммуникационная политика организации и основные принципы ее осуществления. Информационное взаимодействие со СМИ, потребителями, поставщиками, конкурентами, органами государственного регулирования, местного самоуправления, политическими группами, комитетами и т.п. Инструменты и мероприятия в связях с внутренней и внешней общественностью, целевыми и ключевыми аудиториями.	2	1		6	1-2, 3-10	3. Подготовка конспекта лекций; 3. Подготовка к тестированию	Тестирование
6	Модуль 2. Коммуникационный менеджмент в бизнесе и организации Тема 6. Коммуникационный менеджмент и внутренняя среда организации.	2	1		6	1-2,3-10	5. Подготовка конспекта лекций; 6. Подбор материала для курсовой работы.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

	<p>Коммуникации между уровнями управления и подразделениями. Коммуникационные каналы. Информационное, административное, техническое взаимодействие субъектов управленческой деятельности. Разнообразные способы коммуникационного воздействия: методы убеждения и внушения, заражения и подражания в коммуникации, одноканальные и многоканальные, формальные и неформальные коммуникации. Особенности коммуникационного менеджмента при подборе, приеме, адаптации кадров, повышении квалификации, продвижении по службе, увольнении сотрудников. Работа с персоналом в кризисных ситуациях, разрешение конфликтов в рабочих коллективах.</p>							
7	<p>Тема 7. Коммуникационный менеджмент в разных сферах социальной жизни. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм, развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях. Управление политическим и социальным маркетингом. Коммуникационный менеджмент в сфере образования и в учреждениях культуры</p>	2	2		6	1-2, 3-10	<p>5. Подготовка конспекта лекций; 6. Подготовка к тестированию</p>	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
8	<p>Тема 8. Коммуникативные барьеры в</p>	1	1		6	1-6	3. Конспектирование.	Тестирование

<p>сфере управления и способы их преодоления. Этнопсихологические, личностные, физические, семантические типы коммуникационных барьеров. Социальные, психологические, этнические и культурные различия между людьми как основа коммуникативных барьеров.</p>							
<p>Тема 9. Деловая коммуникационная деятельность и общение. Коммуникационные действия и их виды, уровни и формы. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория. Игры и псевдоигры. Правда и ложь в коммуникационной деятельности.</p>	2	2		6	3-10	3. Знакомство с рекомендуемой литературой; Подготовка материала к докладу.	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
<p>Тема 10. Мотивационный ресурс коммуникационного менеджмента. Повышение профессионализма в коммуникационном менеджменте. Самоорганизация коммуникаций на основе единой системы ценностей как результат формирования, изучения и оптимизации коммуникативной структуры. Разработка для каждой контактной аудитории своей гибкой коммуникационной стратегии. Классификация «жесткой» и «мягкой» организации управления коммуникативным пространством.</p>	1	1		6	3-10	3. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к тестированию	Выступление по вопросам к семинарским занятиям
<p>Тема 11. Коммуникационный самоменеджмент. Самотивация за счет осознания целей</p>	1	1		6	3-10	3. Подготовка конспекта лекций; Подготовка к докладу	Выступление по вопросам к семинарским занятиям

организации, понимания своей роли в достижении этих целей, направление своих усилий на выполнение обязанностей. Самопознание и саморазвитие персонала как результат внешней и внутренней коммуникативной стратегии организации							занятиям
Тема 12. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности организации. Особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности. Проблемы менеджмента в условиях глобализации и международной интеграции. Система международных коммуникаций организации. Интернет как новая коммуникативная среда. PR-сопровождение участия организации в международных выставках, ярмарках. Особенности переговорного процесса. Задачи коммуникационного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия.	1	1		5	3-10	3. Подготовка конспекта лекций; Подготовка литературы к докладу	Выступление по вопросам к семинарским занятиям, тестирование
Курсовая работа		2		4	Литература для работы над курсовой работой: 1-12	Курсовая работа представляет собой учебную, научно-методическую работу студента, выполняемую под руководством преподавателя по дисциплинам, входящим в базовую часть учебного плана. Цель курсовой работы – развитие навыков самостоятельной научной, научно-методической,	

						аналитической работы студентов. Написание научно-исследовательской работы предполагает применение навыков творческой составляющей процесса исследования; овладение инструментами поисковой, информационно-аналитической работы; углубленное изучение определенной области, проблемы в рамках изучаемых дисциплин.	
	ИТОГО:	16	16		74		

